FASHION SEBAGAI KOMUNIKASI: ANALISIS SEMIOTIS ATAS FASHION JOKOWI PADA PEMILIHAN PRESIDEN 2014

Muhammad Hasyim

Fakultas Ilmu Budaya
Universitas Hasanuddin, Makassar,
Email: hasyimfrance@yahoo.com

ABSTRAK: *Fashion* (pakain/busana) tidak hanya digunakan secara denotasi untuk menutupi dan melindungi tubuh, tetapi juga digunakan secara konotasi untuk mengkomunikasi suatu suatu konsep (pandangan). Fenomena yang ada di masysrakat menunjukkan bahwa *fashion* digunakan sebagai media komunikasi. Bahkan, Eco, ahli semiotika, menegaskan bahwa “I speak through my cloth”.

Dalam pemilihan presiden Indonesi 2014, ‘Jokowi’ salah satu calon presiden berkomunikasi politik melalui *fashion*. Pandangan politik yang dikomunikasikan melalui fashion adalah kesedarhanaan (pola hidup sederhana). Simbol kesedeharnaan direpresentasikan melalui *fashion*.

Tulisan ini sebagai analisis semiotis atas *fashion* sebagai komunikasi politik menyimpulkan bahwa fashion menunjukkan identitas sosial di suatu masyarakat. Ketika seorang calon mengenakan *fashion* sebagaimana *fashion* yang dikenakan kelompok sosial (masyarakat), maka mereka menganggap bahwa calon presiden merupakan bagian dari komunitas mereka. *Fashion* adalah salah satu strategi komunikasi yang dapat digunakan untuk menarik dukungan terhadap komunitas atau kelompok masyarakat tertentu.

Key Words: *semiotika, fashion, komunitas, politik, identitas*

Subject Area: Social and political Science

A. LATAR BELAKANG

Pemilihan umum (pemilu) tahun 2004 merupakan sejarah awal dimana rakyat memilih langsung presiden dan wakil presiden. Pesta demokrasi tersebut diawali dengan pemilihan legislatif dan kemudian dilanjutkan pemilihan presiden dan wakil presiden.

Sebagai warga negara yang memiliki hak suara untuk menjatuhkan pilihan calon legislatif dan calon presiden, rakyat telah disuguhkan berbagai kegiatan sosialisasi dalam memperkenalkan dan mempromosikan calon dalam bentuk produk budaya media yang menjadi pemandangan kota, daerah dan pedesaan, berupa baliho, spanduk, poster dan brosur. Bukan hanya itu, di media massa misalnya televisi, surat kabar, dan media *on line* produk-produk budaya tersebut telah menghiasi ruang-ruang media. Produk-produk budaya sebagaimana disebutkan sebelum merupakan media komunikasi politik yang dilakukan suatu tim suksesi.

Salah satu hal yang menarik dewasa ini dalam kegiatan pemilihan umum di Indonesia adalah menanfaatkan *fashion* sebagai media komunikasi. Misalnya pemilihan presiden dan wakil presiden tahun 2014.

Fashion (pakaian/busana) yang dikenakan bukanlah sekadar berfungsi sebagai penutup tubuh dan hiasan, tetapi lebih dari itu menjadi sebuah alat komunikasi untuk menyampaikan identitas pribadi, sosial dan budaya di suatu masyarakat. *Fashion* sebagai identitas diri menunjukkan siapa diri kita, *fashion* sebagai identitas sosial menunjukkan kelompok atau komunitas sosial dan sebagai identitas budaya yang menunjukkan karakter yang dimiliki suatu kebudayaan. Carlyle (1987: 2) memberikan pandangan bahwa *fashion* (pakaian) merupakan pelambang jiwa yang dapat menunjuk siapa pemakainya. Umberto Eco, salah satu ahli semiotika dari Italia juga berkomentar bahwa, “I speak through my cloth” (Saya berkomunikasi lewat pakaianku, 1972: 13).

Kata “Fashion” berasal dari bahasa Latin “factio” yang artinya membuat atau melakukan. Arti kata fashion sendiri mengacu pada kegiatan yaitu sesuatu yang dilakukan seseorang. *Fashion* adalah alat

komunikasi non-verbal yang dapat dilihat dari cara kita berpakaian. Fashion yang kita kenakan mencerminkan tentang siapa diri kita. *Fashion* bukanlah sesuatu yang nyata, tetapi dapat kita uangkapkan secara nyata melalui pakaian. *Fashion* sendiri merupakan suatu cara yang kita lakukan untuk penampilan kita. Ketika kita melihat orang, hal pertama yang akan kita lihat adalah penampilanya. Penampilan itu merupakan keadaan diri dari ujung rambut sampai ujung kaki yang tampak dan dapat dilihat oleh mata kita. Bahkan ketika orang yang kita temui bukanlah orang yang *fashionable*, maka kita akan tetap mencoba untuk mendiskripsikan keadaan dirinya melalui pakaian yang ia kenakan dan begitu juga sebaliknya.

Fashion juga mencerminkan suasana hati seseorang, ketika kita memilih model dan warna pakaian yang ingin kita kenakan, secara tidak kita sadari kita telah berusaha menterjemahkan suasana hati kita melalui pakaian. Orang-orang yang cenderung *fashionable* lebih mudah ditebak suasana hatinya melalui pakaian yang ia kenakan. Ketika kita termasuk orang yang peduli akan penampilan, maka kita akan berusaha tampil menarik apapun suasana hati kita, tetapi keadaan kita tetap akan mempegaruhi cara kita memilih warna dan model pakaian yang akan kita kenakan.

Dalam konteks pemilihan presiden Indonesia tahun 2014, salah satu calon menggunakan fashion sebagai media komunikasi politik yang menunjukkan identitas dirinya, dan mempresentasikan ciri khas (karakternya) sebagai calon pemimpin (presiden) melalui fashion adalah Jokowidodo dengan sapaan yang sangat familiar di masyarakat adalah Jokowi.

Tulisan ini akan menjawab atas rumusan masalah: bagaimanakah representasi *fashion* Jokowi sebagai media komonikasi politik dalam pemilihan presiden Indonesia tahun 2014? dan apa makna komunikasi *fashion* Jokowi?

B. SEMIOLOGI (SEMIOTIKA)

Ferdinand de Saussure mengajukan istilah semiologi sebagai ilmu tentang kehidupan tanda dalam kehidupan sosial (Saussure, 1967: 33). Saussure mengajukan konsep tanda dikotomi, yang disebut *signifiant* (penanda) dan signifié (petanda), yang merupakan satu kesatuan yang tak terpisahkan. *Signifié* ini merupakan representasi mental dari tanda dan bukan sesuatu yang diacu oleh tanda. Jadi petanda bukan benda tetapi representasi mental dari benda. Saussure menyebut hakikat mental petanda dengan istilah konsep. Penanda dan petanda dapat dibedakan tetapi dalam prakteknya tidak dapat dipisahkan, keduanya saling menyatu dan saling tergantung dan kombinasi keduanya kemudian menghasilkan tanda. Selanjutnya, s*ignifiant* (penanda) adalah bunyi yang bermakna atau coretan yang bermakna (aspek material), yakni apa yang dikatakan dan apa yang ditulis atau dibaca. Pengaturan makna dari sebuah tanda memerlukan konvensi sosial di kalangan komunitas bahasa. Dalam hal ini makna suatu tanda mucul dikarenakan adanya kesepakatan diantara komunitas pengguna bahasa. Sedangkan *signifié* dalah gambaran mental yakni pikiran atau konsep (aspek mental dari bahas, (Saussure, 1967: 98). Kedua unsur ini seperti dua sisi dari sekeping mata uang atau selembar kertas.

Terdapat hubungan diadik antara penanda dan petanda dan memberikan penjelasan bahwa kedua unsur itu bertalian erat, penanda dan petanda dan reaksi mental terhadap penanda dan petanda menghubungkan satu dengan yang lain melalui aktivitas mental yang dibentuk oleh budaya dan kesepakatan. Dengan kata lain, tanda yang kita pakai ditentukan oleh kesepakatan yang mempunyai nilai kultural. Saussure menekankan bahwa tidak ada hubungan yang logis antara penanda dan petanda. Jadi hubungan yang ada adalah hubungan yang arbitrer yang dibentuk dari kesepakatan sosial. Kata *"arbor"* itu dapat mewakili suatu citra bunyi di suatu bahasa yang berbeda, kita hanya dapat menyetujui bahwa ada kearbitreran dan sifat pada tanda ini. Kearbitreran ini dapat diilustrasikan dengan kenyataan bahwa misalnya, kata "arbor" dapat mengacu pada sebuah konsep pohon yang memliki batang dan daun (petanda) atau mungkin sesuatu yang lain jika hal ini disepakati secara sosial. Saussure memberikan tekanan pada citra akustik (penanda) dan konsep (petanda) merupakan entitas yang terpisah dan yang satu menyebabkan timbulnya yang lain sebab kesepakatan sosial bertindak sebagai perekat yang melekatkan mereka.

Model tanda penanda-petanda menekankan pentingnya konvensi sosial, yang mengatur relasi antara wujud konkrit sebuah tanda (*sinifier)* dengan konsep abstrak atau maknanya

(*signified).* Sebuah penanda mempunyai makna tertentu disebabkan adanya kesepakatan sosial di antara komunitas pengguna bahasa tentang makna tersebut (Barthes, 1968: 38).

C. *FASHION* SEBAGAI SISTEM TANDA

Semiologi atau semiotika merupakan salah satu pendekatan yang dapat menganalisis fenomena busana dengan tujuan mencari makna-makna kultural di dalam busana. Roland Barthes, salah satu semiolog Prancis yang mengembangkan teori semiologi Saussure, telah menjelaskan fashion sebagai sistem tanda dalam bukunya, *The Language of Fashion* (2005).

Dalam buku tersebut, Barthes mengaitkan konsep bahasa, *langue* dan *parole* dengan fashion. Menurutnya, sama halnya dengan bahasa sebagai suatu sistem (aturan sosial), *fashion* pun merupakan suatu sistem tanda. *Language* adalah aturan sosial dalam berbahasa, dan konsep abstrak yang tersimpan dalam akal budi seseorang sebagai produk dan konvensi masyarakat. Selanjutnya, *parole* adalah bentuk tindak tutur pengguna bahasa (individu) sebagai bentuk manifestasi dari *language* (aturan sosial bahasa). Kemudian, Barthes mengembangkan konsep ini dalam *fashion* dengan mengatakan bahwa language adalah *dress* (pakaian) dan parole adalah *dressing* (berpakaian, mengenakan pakaian). *Fashion* sebagai *language* berarti aturan sosial tentang pakaian. Misalnya model-model pakaian, dan aturan-aturan sosial sehingga sesuatu itu disebut pakaian. Sementara itu, *parole* adalah tindakan secara individu dalam hal berpakaian dan bentuk ekspresi individu dalam memilih dan mengenakan pakaian (Barthes, 2005: 9).

Di dalam salah satu sub bab buku tersebut Barthes menjelaskan tiga tipe busana, yakni (1) *image fashion*, busana yang ditampilkan sebagai fotografi atau gambar; (2) *written fashion*, busana yang dideskripsikan secara tertulis atau ditransformasikan ke dalam bahasa; dan (3) *real clothing*, busana aktual yang dikenakan pada tubuh manusia, busana sebagai objek (Barthes, 2005: 100,).

Dalam teori semiologi Barthes, fungsi tanda terdiri atas denotasi dan konotasi. Denotasi adalah fungsi tanda secara literal (manfaat sesungguhnya suatu tanda). Misalnya *fashion* memiliki fungsi untuk melindungi tubuh dari faktor-faktor dari luar (sinar terik matahari, debu, dan lain-lain). Makna denotasi bersifat langsung, artinya makna khusus yang terdapat dalam suatu tanda atau gambaran dari sebuah petanda. Sementara itu, makna konotasi akan dihubungkan dengan kebudayaan yang tersirat atau makna yang tersirat di dalamnya. Jadi, konotosi adalah fungsi sosial suatu *fashion*. Misalnya fashion atau pakaian untuk menunjukkan karakter seseorang, pakaian seragam suatu instandi atau sekolah, dll). Jadi, secara *semiologi*s, *fashion* sebagai sistem tanda dibentuk oleh relasi antara penanda (pakaian itu sendiri) dan petanda (makna yang ditumbulkan dari pakaian itu). Jadi, ketika kita melihat seorang anak berpakaian seragam sekolah, misalnya pakaian seragam sekolah dasar, maka apa yang dikenakan anak itu adalah penanda (wujud pakaian) dan makna dari pakaian yang dikenakan adalah petanda, yaitu anak sekolah dasar. Jadi, pakaian seragam sekolah yang dikenakan anak tersebut berfungsi sebagai identitas sosial, yang bermakna pakaian seragam untuk tingkat sekolah dasar.

D. PEMBAHASAN

Fashion dapat mengkomunikasikan identitas atau karakter seseorang. Dan inilah yang terjadi pada pemilihan presiden di Indonesia tahun 2014, di mana fashion merupakan media komunikasi politik yang digunakan calon presiden Jokowi. *Fashion* atau pakaian yang dikenakan yang mencirikan karakter dirinya sebagai calon pemimpin adalah kemeja putih.



Gambar 1: Gambar pada baliho yang mendeskripsikan fashion yang dikenakan Jokowi.

Salah satu penekahnan dalam komunikasi politik Jokowi adalah *fashion* kemeja putih Jokowi melalui gambar baliho. Hal ini yang terlihat pada gambar baliho di atas yang dipajang di pinggir jalan yang mendeskripsikan **fashion** yang dikenakan dan harga *fashion* (kemeja putih Rp 100.000, Celana Rp 110.000m dan sepatu Rp 160.000.

Pada tataran denotasi, ditampilkan kemeja putih lengan panjang yang digulung yang dikenakan Jokowi, dan dipadukan/diserasikan dengan celana kain berwarna hitam serta sepatu berwana coklat. Selain itu, dicantumkan harga *fashion* (kemeja, celana dan sepatu). Proses pemaknaan pada tataran ini menghasilkan denotasi signifikasi tataran pertama. Makna denotasi ini merupakan makna harafiah dari suatu obyek atau citra, yakni apa yang tergambarkan pada obyek atau citra tersebut.

Pada tataran konotasi tanda *fashion* kemeja putih dikaitkan dengan suatu konsep, makna, atau tema kultural tertentu yang lebih luas yang sudah dipahami oleh masyarakat yaitu konsep sederhana dan merakyat.

Konotasi kesederhanan dan merakyat yang ditransferkan dalam diri Jokowi melalui *fashion*. Kemudian bentuk-bentuk (penanda) kesederhanaan dan merakyat melalui fashion disosialisasikan ke masyarakat dalam berbagai aktivitas/kegiatan Jokowi.

FASHION SEBAGAI IDENTITAS DIRI

Fashion kemeja putih yang dikenakan Jokowi dalam kehidupan keseharian menunjukkan karakter dan identitas diri sebagai manusia dan pemimpin yang mengedapankan konsep hidup yang sederhana dan merakyat. Bernard memberikan penekanan terhadap bagaimana fashion digunakan sebagai media komunikasi dengan mengatakan bahwa melalui pakaian orang mencoba menunjukkan kelas sosial (identitas diri dan karakter) atau bahkan mencoba menutupi status sosialnya dengan berpenampilan seadanya (2011:86).

Pada kegiatan kampanye/sosialisasi calon Presiden, Jokowi selalu berpakaian kemeja putih dan kemeja bermotif kotak ketika bertemu dengan warga (rakyat), dan bahkan bergabung dengan masyarakat dalam suatu aktivitas keseharian, misalnya makan di warung (kaki lima).



Gambar 2: Fashion kemeja putih menunjukkan Karakter dan identitas diri



Gambar 3: Dengan Fashion kemeja putih Jokowi makan di warung kaki lima

Pada kesempatan lain, Jokowi dengan mengenakan kemeja bermotif kotak meluangkan waktu untuk 'ngobrol' dengan seorang petani di sawah.



Gambar 4:Jokowi dengan mengenakan kemeja bermotif kotak 'ngobrol' dengan petani di sawah.

Makna denotasi pada gambar empat merupakan elemen tanda yang bersifat kasat mata, fisik atau material; seorang calon presiden, Jokowi dengan pakaian kemeja motif yang sedang bercengkrama dengan dua petani di sawah. Tataran konotasi dari gambar tersebut merupakan konsep mental atau makna kultural yang diacu yaitu sebagai pemimpin yang merakyat.

FASHION SEBAGAI IDENTITAS SOSIAL

Dalam proses penandaan (konstruksi makna), konotasi dapat menafsirkan makna, dan mengasosiasikan makna yang berbeda-beda pada setiap orang untuk obyek yang sama (fashion yang dikenakan Jokowi dalam konteks pemilihan presiden), karena perbedaan jenis kelamin, gender, usia, kelas sosial, dan sebagainya.

Rekonstruksi makna yang ingin dicapai oleh Jokowi adalah bagaimana *fashion* kemeja putih sebagai identitas dirinya (karakter diri sebagai seorang calon pemimpin) menjadi identitas sosial, mengandung makna sosial pada diri Jokowi sebagai pemimpin yang sederhana dan merakyat.

Jokowi tampil sebagai seorang pemimpin (calon presiden) dengan konsep (ideologi) kesederhanaan dan merakyat. Sebagaimana yang dikemukakan Jokowi atas alasan mengenakan kemeja:
"Kemeja tersebut merupakan salah satu simbol kedekatannya dengan rakyat. Tentu berbeda jika blusukan mengenakan jas atau batik, seperti para pejabat negara kebanyakan. …… Kalau pakai baju kemeja lebih dekat dengan warga. Ini kan sama yang kayak dipakai masyarakat, jadi sama saja saya sama masyarakat," (detikforum.com).

Konsistensi mitos (ideologi) kesederhanaan dan merakyat melalui media komunikasi fashion kemeja putih tetap dilanjutkan ketika Jokowi dipercaya oleh rakyat sebagai presdien terpilih periode 2014 – 2019. Dalam kegiatan sehari-hari sebagai presiden, khususnya ketika melakukan 'blusukan', Jokowi tetap berkomunikasi dengan rakyat dengan konsep kesederhanaan dan merakyat melalui *fashion* kemerja putih.

E. KESIMPULAN

Fashion Jokowi digunakan untuk menunjukkan nilai sosial atau identitas sebagai seorang pemimpin yang sederhanda dan merakyat. Dalam proses penandaan (pemaknaan) *fashion* Jokowi (kemeja) orang membuat penilaian berdasarkan atas apa yang dipakai oleh orang lain, merupakan salah satu cara bagi suatu kelompok untuk mengidentifikasi dan membentuk dirinya sendiri sebagai suatu kelompok atau masyarakat yang lebih luas (Indonesia). Dalam konteks ini, pemaknaan atas *fashion* Jokowi yang mengkonotasikan kesederhanaan dan merakyat muncul dari interaksi sosial yang saling dipertukarkan setiap orang, yang akan mengantarakan kepada "konsep diri" seseorang dan kelompok/komunitas dan sosialisasinya kepada keseluruhan kelompok sosial yang lebih besar, yaitu masyarakat, *fashion* Jokowi dengan kemeja putih merupakan identitas sosial masyarakat Indonesia.

Fashion sebagai fenomena sosial dan budaya dan praktik-praktik penandaan, secara simbolis menunjukkan bahwa *fashion* sebagai fungsi sosial dan budaya mengikat satu komunitas besar (masyarakat) sehingga melahirkan suatu rekonstruksi makna Fashion Jokowi sebagai simbol kesederhanaan dan merakyat yang terstruktur dalam pikiran masyarakat (rakyat).

References

Barnard, Malcon. 2011. *Fashion sebagai Komunikasi*. Yogyakarta: Jalasutra

Barthes, Roland. 2015. *The Language of Fashion*. New York: Berg.

Barthes, Roland. 1968. *Elements of Semiology.* New York: Hill and Wang

Barthes, Roland. 1957. *Mythologies.* Paris: Editions de Suil.

Carlyle, T. 1978. *Sartor Resartus*. Oxford: Oxford University Press.

Danesi, Marcel. 2004. *Messages, Signs, and Meanings: A Basic Textbook in Semiotics and Communication Theory*. Canada: Canadian Scholars' Press Inc.

Danesi, Marcel. 2010. *Pengantar Memahami Semiotika Media.* (Diterjemahkan oleh A. Gunawan Admiranto). Jakarta: Jalasutra.

Eco, Umberto. *Social Life as Sign System* dalam Robey D. (ed.). *Structuralism*. London: Jonathan Cape. 1972.

Saussure, Ferdinand de. 1967. *Cours de Linguistique Générale.* Paris: Payot

Situs
http://forum.detik.com/harga-kemeja-blusukan-jokowi-hanya-rp-43-000-t787404.html

http://megapolitan.kompas.com/read/2013/09/13/1452361/Harga.Kemeja.Blusukan.Jokowi.Hanya.Rp.43.000

http://finance.detik.com/read/2014/11/01/172120/2736339/4/kemeja-putih-jokowi-dijual-mulai-rp-42000-di-tanah-abang